

KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN, DAN LOYALITAS PADA PASIEN RUMAH SAKIT GIGI DAN MULUT UNIVERSITAS JEMBER

(SERVICE QUALITY, SATISFACTION, AND LOYALTY ON PATIENT DENTAL HOSPITAL OF JEMBER UNIVERSITY)

Satar^{1*}, Diah Yulisetiari², Hendriyono³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Jember

Jl. Kalimantan No. 37 Jember 68121

*e-mail: satar.farmasi@unej.ac.id

ABSTRAK

Kata kunci:

Kualitas layanan
Kepuasan
Loyalitas
Pasien

Persaingan usaha bisnis saat ini sudah memasuki era kompetisi tinggi. Perusahaan selalu berusaha maksimal mempertahankan pelanggan yang telah diraih. Berbagai cara dilakukan melalui layanan prima, harga bersaing, aspek tidak langsung seperti citra merek dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui layanan maupun produk yang ditawarkan. Penelitian ini bersifat penjelasan atau konfirmatori atau pengujian hipotesis yaitu menjelaskan pengaruh atau hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel eksogen (kualitas layanan), endogen *intervening* (kepuasan), dan variabel endogen terikat (loyalitas). Hubungan antar variabel tersebut dijelaskan dalam hubungan struktural secara langsung maupun tidak langsung, secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian meliputi pasien rawat jalan di klinik bedah mulut, konservasi gigi, prostodonsia, perio dan *oral medicine* di RSGM Universitas Jember. Besar sampel sebanyak 120 orang yang diambil dengan cara tehnik *cluster* dan *purposive*. Penelitian ini menggunakan analisis jalur atau diagram alur. Kemudian membuat pemodelan dan analisis persamaan meliputi: 1) merancang model berbasis teori; 2) menyusun diagram jalur; 3) mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural; 4) memilih matrik *input* untuk analisis data; 5) menilai identifikasi model; 6) mengevaluasi estimasi model; 7) interpretasi terhadap model. Terdapat pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan (0,215). Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas (0,290). Pengaruh langsung kepuasan terhadap loyalitas (0,636). Terdapat pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas (0,447). Terdapat pengaruh total kualitas layanan terhadap kepuasan (0,703). Pengaruh total kualitas layanan terhadap loyalitas (0,736). Pengaruh total kepuasan terhadap loyalitas (0,636). Kualitas layanan berefek langsung terhadap kepuasan, dan kepuasan berefek terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember. Kualitas layanan berefek tidak langsung terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember. Kualitas layanan berefek total terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.

ABSTRACT

Keywords:

Service quality
Satisfaction
Loyalty

Business competition is now entering the era of high competition. The company has always tried to maintain maximum customer who has achieved. Various methods through excellent service, competitive prices, indirect aspects such as brand image with the purpose of providing satisfaction to customers through the services or products offered.

Patient

This research is explanatory or confirmatory or testing the hypothesis that explains the influence or causal relationships between variables through hypothesis testing. This study describes the relationship between the exogenous variables (quality of service), endogenous intervening (satisfaction), and the endogenous variables bound (loyalty). The relationship between these variables is described in the structural relationships directly or indirectly, partially or simultaneously. The study population includes outpatient clinics oral surgery, dental conservation, prosthodontics, perio and oral medicine at the Hospital University of Jember. The sample size of 120 people were taken to the cluster and purposive technique. This study using path analysis or flow charts. Then make equation modeling and analysis include: 1) designing a model based on the theory; 2) prepare the path diagram; 3) change the path diagram into a structural equation; 4) selecting an input matrix for data analysis; 5) assess the model identification; 6) evaluating the model estimation; 7) the interpretation of the model. There is a direct effect of service quality on satisfaction (0.215). The direct effect of service quality on loyalty (0.290). The direct effect of satisfaction on loyalty (0.636). There is no direct influence on the quality of service loyalty (0.447). There are a total effect of service quality on satisfaction (0.703). Effect of total quality of service loyalty (0.736). Effect of total satisfaction on loyalty (0.636). Direct effect on the quality of service satisfaction, and satisfaction effect on patient loyalty Dental Hospital of the University of Jember. Quality of service is not direct effect on patient loyalty Dental Hospital of the University of Jember. Quality of service is the total effect on patient satisfaction Dental Hospital of the University of Jember.

PENDAHULUAN

Persaingan usaha di dunia bisnis saat ini sudah memasuki era kompetisi tinggi. Kondisi ini menjadikan perusahaan selalu berusaha maksimal untuk mempertahankan pelanggan yang telah diraihny. Berbagai cara dilakukan baik melalui layanan prima, harga yang bersaing, bahkan aspek-aspek tidak langsung seperti citra merek menjadi perhatian dari manajer perusahaan. Upaya tersebut dilakukan perusahaan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui layanan maupun produk yang ditawarkan.

Pasien atau pelanggan mempunyai daya posisi tawar yang tinggi dalam proses transaksi jasa kesehatan dengan penyedia jasa. Konsumen akan membandingkan satu produk dengan produk lain termasuk faktor-faktor yang menyertai seperti layanan petugas. Realitasnya saat ini pasien mudah untuk melakukan kritik maupun saran secara terbuka melalui sarana media masa maupun sarana elektronik (*facebook, twitter*) sehingga kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu layanan atau produk jasa dengan mudah diketahui oleh masyarakat. Salah satu cara yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan pasien atau pelanggan adalah dengan memberikan layanan yang baik pada saat penjualan maupun saat layanan purna jual. Menurut Anderson & Lehman (1994) bahwa layanan yang baik

adalah layanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan atau mampu memberikan layanan yang melebihi harapan dari pelanggan.

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1998) menyampaikan bahwa *service quality* dibangun melalui perbandingan antara dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (*perceive service*) dan harapan atas layanan yang seharusnya (*expected service*). Pada penelitian tersebut disampaikan bahwa terdapat 5 faktor yang menentukan kualitas jasa yaitu: 1) bukti langsung (*tangible*); 2) keandalan (*reliability*); 3) daya tanggap (*responsiveness*); 4) jaminan (*assurance*); 5) empati (*emphaty*). Pengukuran pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pada penelitian ini menggunakan *service performance* yaitu kinerja kualitas layanan diukur dari kinerja personal yang dimiliki oleh perusahaan dan semua fasilitas yang digunakan (Cronin & Taylor, 1994).

Peneliti Boulding et al (1993) dan Zeithaml et al (1996) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil studi yang dilakukan oleh Anderson & Sullivan (1993), Caruana (2002), Wahyuni (2008), Rahmat (2009), Aryani & Rosita (2010) yang menemukan kualitas layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melainkan diperantarai oleh kepuasan pelanggan. Perbaikan pada faktor kualitas layanan,

harga, dan citra merek yang diyakini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Zeithaml & Berry (1996) juga membuktikan bahwa kepuasan pelanggan lebih eksklusif dipengaruhi oleh kualitas layanan. Penelitian yang dilakukan Zeithaml et al (1996) menemukan bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi secara langsung terhadap loyalitas. Realita ini menunjukkan bahwa kepuasan dan loyalitas pasien telah diterima secara luas sebagai isu penting bagi semua organisasi, dan digunakan sebagai standar pemasaran untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Bennett & Rundle, 2004).

Penelitian Yulisetiari (2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Aspek kehandalan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Prasetyo (2012) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Kotler (2008) menyatakan bahwa kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan antara kinerja atas produk dengan ekspektasi atas produk. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Cronin & Taylor (1992) terhadap 4 obyek industri yang berbeda yaitu industri perbankan, pengontrol hama atau penyakit, *dry cleaning* dan *fast food*. Hasil penelitian Cronin & Taylor (1992) membuktikan terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas layanan secara keseluruhan dengan kepuasan, dimana kepuasan pasien dipengaruhi oleh tingkat kualitas layanan yang diterima yaitu keseluruhan kesan yang diterima konsumen terhadap jasa yang ditawarkan.

Loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dapat ditunjukkan dengan tindakan kunjungan yang berulang. Taylor (1998), Bennett & Rundle (2004), dan Schultz (2005) menyampaikan bahwa pasien atau pelanggan yang merasa terpuaskan oleh produk jasa kesehatan atau pelayanan maka dapat menciptakan perilaku loyal yaitu kunjungan ulang dan bersedia menyampaikan hal positif dari mulut ke mulut. Temuan penelitian yang sama disampaikan Selnes (1993) bahwa loyalitas pasien atau pelanggan itu dapat terbentuk apabila pasien atau pelanggan merasa puas dengan merek atau tingkat layanan yang diterima dan berniat untuk melanjutkan hubungan. Berdasarkan berbagai hasil kajian empiris terdahulu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa kualitas layanan, kepuasan,

dan loyalitas adalah hal yang penting bagi pasien.

Hasil penelitian berdasarkan penelitian empirik terdahulu yaitu: 1) kualitas layanan memengaruhi kepuasan dengan ditandai kemauan membayar produk jasa kesehatan dengan tarif premium; 2) adanya keyakinan yang besar bahwa kualitas pekerjaan memang sangat dibutuhkan; 3) adanya hubungan yang kuat antara harapan pelanggan dengan reputasi positif penyedia jasa. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada variabel eksogen kualitas layanan. Perbedaannya adalah pada obyek penelitian dan sebagian pada variabel eksogen dan variabel endogen baik *intervening* maupun terikat. Variabel eksogen pada penelitian Holm (2000) adalah kualitas layanan dan kualitas produk sedangkan pada penelitian ini adalah kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas. Penelitian Holm (2000) tidak menggunakan variabel *intervening* sedangkan pada penelitian ini variabel *intervening*-nya adalah kepuasan. Variabel endogen pada penelitian Holm (2000) adalah kepuasan, sementara pada penelitian ini adalah loyalitas, diketahui bahwa terdapat perbedaan hasil temuan empiris (*research gap*) yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yaitu dalam hal hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas dan kepuasan. Perbedaan hasil temuan tersebut sampai dengan saat ini masih terjadi perdebatan di antara para peneliti.

METODE

Penelitian ini menguraikan fakta-fakta dan informasi yang diperoleh dari lapangan secara langsung maupun tidak langsung. Selanjutnya dibuat suatu gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat dan hubungan antar fenomena atau variabel yang diteliti, menguji hipotesis, membuat prediksi, menemukan makna, dan implikasi hasil penelitian. Berdasarkan sifat dan tujuan penelitian terdiri dari eksplorasi ilmu, eksplanasi ilmu, dan metode eksplanasi ilmu. Metode eksplanasi ilmu terdiri dari *hypothesis generating research* dan *hypothesis testing research* (Ferdinand, 2006). Penelitian ini termasuk penelitian yang bersifat penjelasan (*explanatory research*) atau penelitian konfirmatori (*confirmatory research*) atau disebut penelitian pengujian hipotesis (*hypothesis testing research*) yaitu menjelaskan pengaruh antar variabel atau hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel eksogen, endogen *intervening* dan variabel endogen terikat. Variabel eksogen yang diteliti adalah kualitas layanan, sedangkan variabel endogen *intervening*-nya adalah kepuasan pasien atau pelanggan dan variabel endogen terikat adalah

loyalitas. Hubungan antar variabel tersebut di atas dijelaskan dalam suatu hubungan struktural dimana hubungan ini bisa secara langsung maupun tidak langsung, baik secara parsial maupun simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan di RSGM Universitas Jember pada Klinik Bedah Mulut, Klinik Konservasi Gigi, Klinik Prostodonsia, Klinik Perio dan Klinik *Oral Medicine* yang dirawat oleh mahasiswa tingkat profesi. Jumlah responden yang digunakan sebagai sampel adalah sebanyak 120 orang yang masing-masing klinik diambil dengan cara tehnik *cluster* dan *purposive* sesuai dengan jumlah pasien. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasien yang telah melakukan kunjungan ke RSGM Universitas Jember minimal 2 kali dan umur minimal 20 tahun. Teknik analisis data dan interpretasi dalam penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam mengungkap fenomena sosial tertentu. Metode yang dipilih untuk menganalisis data disesuaikan dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan analisis path atau diagram alur. Menurut Hoeffler et al (2003) dalam Ghozali (2004) bahwa untuk membuat pemodelan dan analisis persamaan terdapat 7 langkah yaitu: 1) merancang model berbasis teori; 2) menyusun diagram jalur (path analysis); 3) mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural; 4) memilih matrik input untuk analisis data; 5) menilai identifikasi model; 6) mengevaluasi estimasi model; 7) interpretasi terhadap model.

Tujuan penelitian ini untuk menguji 3 variabel penelitian yaitu: kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas dengan menggunakan teknik analisis path. Kerangka konseptual disusun untuk menjelaskan variabel-variabel mana yang berkedudukan sebagai variabel eksogen, variabel *intervening* maupun variabel endogen. Dengan preposisi yang didasarkan pada studi teoritik dan studi empirik akan dijelaskan berapa banyak hipotesis yang akan disusun, variabel-variabel apa saja yang terkandung dalam hipotesis dan bagaimana hubungan pengaruh antar variabel.

Berdasarkan telaah teori dan kerangka

konseptual maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah seperti pada gambar 1:

1. Hipotesis 1 (H1): Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.
2. Hipotesis 2 (H2): Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.
3. Hipotesis 3 (H3): Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.

HASIL

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

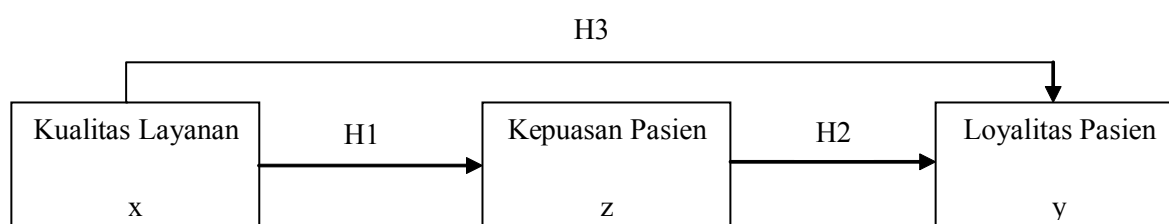
Tabel 1 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasar jenis kelamin sebagian besar adalah perempuan sebanyak 63 responden (52,5%) dan sisanya adalah berjenis kelamin laki-laki berjumlah 57 responden (47,5%). Data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak menjadi pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan table 2 menunjukkan bahwa dari 120 responden yang tertinggi adalah responden yang berusia antara 20 sampai dengan 25 tahun yaitu sebesar 53 responden (44,2%) sedangkan yang terendah adalah berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 5 responden (4,2%). Hal ini menunjukkan pada usia 20 sampai 25 tahun tersebut merupakan usia yang mempunyai intensitas tinggi dalam memutuskan atau menjadi pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa bidang pekerjaan menunjukkan adanya tingkat distribusi yang tidak merata pada 5 jenis pekerjaan yang ada. Jumlah terbesar pada responden adalah bidang pekerjaan mahasiswa/pelajar yaitu sebanyak



Gambar 1. Kerangka konseptual

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	57	47,5
2	Perempuan	63	52,5
Jumlah		120	100

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia Pasien	Jumlah	Persentase (%)
1	<20 tahun	5	4,2
2	20-25 tahun	53	44,2
3	26-30 tahun	10	8,3
4	31-40 tahun	13	10,8
5	41-50 tahun	26	21,7
6	>51 tahun	13	10,8
Jumlah		120	100

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Bidang Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Mahasiswa/Pelajar	56	46,7
2	Ibu Ramah Tangga	22	18,3
3	Karyawan/Pegawai Swasta	37	30,8
4	PNS	4	3,3
5	Guru/Dosen	1	0,8
Jumlah		120	100

56 orang (46,7%) sedangkan yang terendah adalah responden dengan bidang pekerjaan sebagai guru/dosen yaitu sebanyak 1 orang (0,8%). Hal ini menunjukkan bahwa pasien yang menggunakan jasa Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember adalah mahasiswa/pelajar.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan tabel 4 bidang pekerjaan menunjukkan adanya tingkat distribusi yang tidak merata pada 5 jenjang pendidikan yang ada. Jumlah

terbesar responden adalah jenjang pendidikan SMP/SMU yaitu sebanyak 75 orang (62,5%) sedangkan yang terendah adalah responden dengan jenjang pendidikan pascasarjana (S-2) yaitu sebanyak 1 orang (0,8%). Hal ini menunjukkan bahwa pasien yang menggunakan jasa terbesar Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember adalah jenjang pendidikan SMP/SMU.

Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian berguna untuk

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	2	1,7
2	SMP/SMU	75	62,5
3	Diploma	6	5,0
4	Sarjana (S-1)	36	30,0
5	Pascasarjana (S-2)	1	0,8
Jumlah		120	100

Tabel 5. Analisis deskriptif skor jawaban responden

No	Variabel	Indikator	Modus	Kategori Variabel
1	Kualitas Layanan (X)	X1	4	Baik
		X2	4	
		X3	4	
		X4	4	
		X5	5	
4	Kepuasan Pasien (Z)	Z1	4	Baik
		Z2	4	
		Z3	4	
5	Loyalitas Pasien (Y)	Y1	4	Baik
		Y2	4	
		Y3	5	

Tabel 6. Hasil uji kausalitas

Pengaruh	Estimasi	SE	CR	P	Label
Z < --- X	0,455	0,085	5,377	0,027	Signifikan
Y < --- X	0,250	0,102	2,449	0,014	Signifikan
Y < --- Z	0,850	0,189	4,506	0,000	Signifikan

mendukung hasil analisis data. Analisis deskriptif dilakukan dengan cara mengamati kecenderungan-kecenderungan dan penyimpangan-penyimpangan data pada setiap variabel penelitian (*tendency central*) melalui modus indikator masing-masing variabel yang diteliti.

Analisis Deskriptif Skor Jawaban Responden

Modus merupakan skor yang paling sering muncul dibanding skor lainnya atau skor dengan frekuensi kemunculan terbanyak. Modus merupakan kecenderungan utama pada setiap indikator. Selanjutnya dari modus-modus indikator dirangkum

Tabel 7. Pengaruh langsung variable

Pengaruh Langsung		Variabel Endogen	
		Kepuasan (Z)	Loyalitas (Y)
Variabel	Kualitas Layanan (X)	0,703	0,290
Eksogen	Kepuasan (Z)	0,000	0,636

Tabel 8. Pengaruh tidak langsung variabel

Pengaruh Tidak Langsung		Variabel Endogen	
		Kepuasan (Z)	Loyalitas (Y)
Variabel	Kualitas Layanan (X)	0,000	0,447
Eksogen	Kepuasan (Z)	0,000	0,000

Tabel 9. Pengaruh total antar variabel

Pengaruh Total		Variabel Endogen	
		Kepuasan (Z)	Loyalitas (Y)
Variabel	Kualitas Layanan (X)	0,703	0,736
Eksogen	Kepuasan (Z)	0,000	0,636

menjadi modus variabel penelitian.

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan (X) memiliki nilai modus secara keseluruhan yaitu 4 dan satu bernilai 5. Hal ini berarti pasien mempersepsikan kualitas layanan yang diberikan pihak Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember cukup baik, sesuai dengan harapan, dan kebutuhan pasien. Hal ini ditunjukkan dengan ruang tunggu yang nyaman, layanan administrasi cepat, mudah, dan ramah.

Variabel kepuasan pasien (Z) memiliki nilai modus secara keseluruhan bernilai 4. Hal ini berarti kepuasan pasien dalam penggunaan jasa rumah sakit dipersepsikan cukup baik. Hal ini ditunjukkan melalui keluhan dari pasien terhadap pelayanan maupun kenyamanan layanan yang dirasakan oleh pasien saat melakukan pemeriksaan kesehatan.

Variabel loyalitas pasien (Y) memiliki nilai modus secara keseluruhan bernilai 4 dan nilai 5. Hal ini berarti loyalitas pasien dalam layanan di rumah sakit dipersepsikan cukup baik. Hal ini ditunjukkan

melalui peningkatan jumlah pasien dari bulan ke bulan, adanya kunjungan kembali, dan rekomendasi pasien kepada orang lain.

Uji Kausalitas

Setelah dilakukan pengujian kesesuaian model penelitian maka langkah selanjutnya adalah menguji kausalitas yang dikembangkan dalam penelitian tersebut. Dari model yang sesuai dapat diinterpretasikan masing-masing koefisien jalur yang didapat dari hasil uji kausalitas.

Berdasarkan tabel 6 dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian koefisien jalur untuk kualitas layanan (X) terhadap kepuasan (Z) memiliki jalur positif sebesar 0,455 dengan CR sebesar 5,377 dan probabilitas (p) sebesar 0,027 yang berarti bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Z). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pasien (Z) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H1

diterima.

Berdasarkan tabel 6 dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian koefisien jalur untuk kualitas layanan (X) terhadap loyalitas (Y) memiliki jalur positif sebesar 0,250 dengan CR sebesar 2,449 dan probabilitas (p) sebesar 0,014 yang berarti bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Y) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H2 diterima.

Berdasarkan tabel 6 dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian koefisien jalur untuk kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y) memiliki jalur positif sebesar 0,850 dengan CR sebesar 4,506 dan probabilitas (p) sebesar 0,000 yang berarti bahwa kepuasan (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kepuasan pasien (Z) berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Y) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H3 diterima.

Pengaruh Antar Variabel

Penelitian hubungan pengaruh langsung terjadi antara variabel laten eksogen kualitas layanan (X) dengan variabel endogen intervening kepuasan (Z) dan variabel laten endogen terikat loyalitas (Y2).

1. Pengaruh Langsung Variabel

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa pengaruh langsung kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pasien (Z) sebesar 0,215 dengan arah positif. Pengaruh langsung kualitas layanan (X) terhadap loyalitas (Y) sebesar 0,290 dengan arah positif. Pengaruh langsung kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y) sebesar 0,636 dengan arah positif.

Berdasarkan pengujian tersebut dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan (X) mempunyai efek langsung terbesar terhadap kepuasan pasien (Z) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember, selain itu kepuasan (Z) juga mempunyai efek terbesar terhadap loyalitas pasien (Y) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.

2. Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel

Hubungan tidak langsung terjadi antara eksogen kesadaran merek (X1), keragaman produk (X2), promosi (X3) dan kualitas layanan (X4) dengan variabel endogen intervening keputusan pembelian (Y1) dan variabel laten endogen loyalitas (Y2).

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa pengaruh tidak langsung kualitas layanan (X) terhadap

loyalitas (Y) sebesar 0,447 dengan arah positif.

Berdasarkan pengujian tersebut dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan (X) mempunyai efek tidak langsung terbesar terhadap loyalitas pasien (Y) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.

3. Pengaruh Total Antar Variabel

Pengaruh total merupakan pengaruh yang disebabkan oleh adanya berbagai hubungan antar variabel baik langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa pengaruh total kualitas layanan (X) terhadap kepuasan (Z) sebesar 0,703 dengan arah positif. Pengaruh total kualitas layanan (X) terhadap loyalitas (Y) sebesar 0,736 dengan arah positif. Pengaruh total kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y) sebesar 0,636 dengan arah positif.

Berdasarkan pengujian tersebut dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan mempunyai efek total terbesar terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.

PEMBAHASAN

Secara garis besar penelitian ini menunjukkan secara umum hipotesis yang diajukan dapat diterima. Dalam hal ini terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan pasien.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H1 diterima. Hal ini berarti jika kualitas layanan semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan pasien.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Nurlitasari & Syah (2014) serta hasil penelitian Hidajahningtyas (2013) bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

Pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit merupakan faktor yang sangat berperan sebagai dasar bagi pasien untuk memanfaatkan jasa rumah sakit. Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting dalam persaingan pasar yang sangat kompetitif seperti

saat ini, penampilan, kehandalan dan jaminan rumah sakit dalam memberikan pelayanan kepada pasien merupakan faktor utama terhadap kesan yang akan dirasakan pasien selama memanfaatkan pelayanan yang diberikan rumah sakit, dengan begitu akan muncul persepsi pengguna jasa dalam hal ini pasien terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Persepsi mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada munculnya kepuasan, retensi dan bahkan loyalitas, dengan demikian akan mendukung terlaksananya strategi perusahaan serta tercapainya tujuan perusahaan.

Secara parsial penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian Munusamy et al (2010) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan. Selain itu penelitian ini juga dikuatkan oleh hasil penelitian yang dilakukan Yunus et al (2009) yakni kualitas pelayanan berkorelasi dan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh (Gronroos, 1984; Parasuraman et al 1988; Walker et al 2006) dalam Munusamy et al (2010) juga menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian ini yakni kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Kualitas merupakan senjata perusahaan agar dapat memenangkan persaingan, namun hampir semua perusahaan berlomba-lomba meningkatkan layanan agar dapat memenuhi harapan para pelanggan. Menurut Parasuraman et al (1985) ada tiga hal penting yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut: 1) kualitas pelayanan sulit dievaluasi oleh pelanggan daripada kualitas barang; 2) persepsi kualitas pelayanan dihasilkan dari perbandingan antara kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan secara nyata; 3) evaluasi kualitas tidak semata-mata diperoleh dari hasil akhir dari sebuah layanan, tapi juga mengikutsertakan evaluasi dari proses layanan tersebut.

Dalam usaha jasa khususnya rumah sakit bahwa kualitas pelayanan memainkan peranan penting dalam memberi nilai tambah terhadap pengalaman *service* secara keseluruhan. Sama seperti halnya kualitas produk, seorang pelanggan akan mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan persepsi mereka. Menurut Brady dan Cronin dalam Remiasa & Lukman (2007) persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan ini terdiri dari tiga kualitas yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil. Ketiga kualitas ini membentuk pada keseluruhan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Dapat dikatakan dalam merumuskan strategi

dan program pelayanan setiap pelaku usaha harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya. Hal ini sangat penting agar pelanggan tidak mengurungkan niatnya ketika akan melakukan keputusan pembelian. Walaupun kebutuhan utama pelanggan yang mengunjungi restoran adalah memenuhi rasa lapar, tetapi mereka menginginkan hiburan dan suasana yang nyaman (Walker, 2006). Semua hal tersebut dapat diperoleh melalui pelayanan yang memuaskan.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H2 diterima. Hal ini berarti jika kualitas layanan semakin baik, maka akan meningkatkan loyalitas pasien. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Yulisetiarni (2014) bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

Hal ini juga didukung hasil penelitian yang dilakukan Rejeki (2015) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien dan kepuasan pasien berpengaruh pada pengulangan kunjungan pasien, serta kualitas layanan berpengaruh terhadap pengulangan kunjungan pasien. Jika proses kualitas pelayanan itu terjadi berulang-ulang, berkelanjutan, dan dipupuk secara terus menerus maka akan memberikan kepuasan pada pelanggan sesuai harapan. Diperlukan upaya yang lebih dimana perusahaan melihat lebih jauh ke depan, tidak hanya sekedar memberikan kepuasan kepada pelanggan tetapi juga menciptakan pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan.

Menurut Assauri (2003) dalam Tuhi (2006) lembaga keuangan yang berhasil dalam perannya pada pelayanan nasabah (*customer service*) yang dapat memberikan kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) dan loyalitas nasabah (*customer loyalty*). Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui pembentukan dan pembinaan kualitas pelayanan organisasi melalui *service excellence*. Parasuraman et al (1998) menemukan hubungan positif dan signifikan antara persepsi kualitas pelayanan dengan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Unsur loyalitas lain yang diwujudkan dalam komunikasi pengalaman positif seseorang.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan kepuasan pasien mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H3 diterima. Hal ini berarti jika kepuasan semakin meningkat, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Sukma & Massie (2015) bahwa hasil penelitian menunjukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini juga didukung oleh Tuhi (2006) dalam penelitiannya bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen *Travel Agents* di Yogyakarta.

Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Tjiptono, 2007). Lupiyoadi & Hamdani (2006) menyatakan bahwa dengan meningkatnya kepuasan pelanggan maka pelanggan yang bertahan juga meningkat, sedangkan Fornell dalam Lupiyoadi & Hamdani (2006) menyatakan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Hubungan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dinyatakan oleh Jayaputra (2005) dalam penelitiannya yang menunjukkan hasil bahwa kepuasan mempengaruhi loyalitas secara positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Sugiharto (2007) juga memberi bukti bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu Kurniawan (2010) juga meneliti tentang pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil bahwa kepuasan konsumen terbukti berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performa produk (Tjiptono, 2007). Pertama kinerja (*performance*) yaitu karakteristik pokok dari produk inti seperti kemudahan dalam penggunaan sebagai alat untuk berkomunikasi, misalnya kecepatan. Kedua fitur (*features*) yaitu

karakteristik pelengkap atau tambahan dari produk seperti layanan push email, penjelajahan internet, dan pesan instan. Ketiga kehandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai. Keempat kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesifikasi*) yaitu bagaimana desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan perusahaan misalnya standar keamanan. Kelima daya tahan (*durability*) yaitu berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Keenam layanan (*serviceability*), yaitu kecepatan kompetisi, kenyamanan, kemudahan diperbaiki serta penanganan keluhan secara memuaskan. Ketujuh estetika (*aesthetic*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.

SIMPULAN

Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang telah dilakukan berdampak pada peningkatan kepuasan pasien.

Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang selama ini dilakukan sepenuhnya meningkatkan loyalitas pasien.

Kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pasien yang selama ini dirasakan semakin meningkatkan loyalitas pasien.

SARAN

Pihak Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember diharapkan meningkatkan kualitas layanannya bagi para pasiennya baik bagi pasien lama maupun pasien baru, kualitas layanan tersebut bisa diimplementasikan melalui peningkatan mutu kinerja. Dengan pelayanan yang berkualitas ini nantinya persepsi pasien atas layanan yang telah dinikmati bukan hanya berkategori cukup, bisa menjadi baik bahkan sangat baik. Dengan persepsi kategori baik dari pasien maka Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember sendiri telah mendapatkan posisi di hati pasien dan hal tersebut menunjukkan bahwa pasien telah merasa puas atas layanan jasa yang diberikan.

Upaya meningkatkan loyalitas pasien pada Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember perlu dilakukan berbagai upaya meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki Rumah Sakit Gigi dan Mulut

Universitas Jember dengan cara: menyediakan ruang dan kursi tunggu yang dengan baik dan rapi, meningkatkan kebersihan ruangan, meningkatkan kebersihan *toilet*, memperhatikan penampilan karyawan yang selalu rapi, tata rias karyawan yang natural, meningkatkan keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani, meningkatkan pengetahuan dan penguasaan produk yang baik, serta cara komunikasi karyawan yang baik dalam mengatasi keluhan pelanggan.

Loyalitas pasien, dapat dibangun dengan mempertimbangkan meningkatkan kepuasan pasien karena mempunyai pengaruh besar dibandingkan dengan kualitas layanan. Pihak manajemen harus selalu menjaga kepuasan pasien terhadap sistem layanan dan selalu merespons jika ada keluhan pasien yang menyebabkan ketidakpuasan pasien.

Bagi para peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memasukkan jumlah pendapatan dalam karakteristik responden. Sehingga nantinya hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan generalisasi yang lebih kuat dan memperluas scope penelitian yang ada. Sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih dikembangkan dan diperoleh hasil yang lebih baik.

KEPUSTAKAAN

- Anderson, E.W., & Mary, W.S. 1993. The Antecedent and Consequent of Customer Satisfaction for Firm. *Marketing Science*, 12 (spring). 125-143.
- Anderson, E.W., Fornel, C., & Lehman, D.R. 1994. Customer Satisfaction, Market Share and Probability. Finding from Sweden. *Journal of Marketing*. Vol. 58.
- Aryani, D., & Rosita, F. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol. 17 (2):114-126.
- Bernnet, R., & Rundle-Thiele, S. 2004. Customer satisfaction should not be the only goal. *Journal of Service Marketing*. Vol. 18(7): 514-523.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V.A. 1993. A Dynamic Process Model of Service Quality from Expectation to Behavioral Intentions. *Journal of Marketing Research*. Vol. 30:7-2.
- Caruana, A. 2002. Service Loyalty. The Effect of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, Vol. 36:811-828.
- Cronin, J.J., & Taylor, S.A. 1992. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*. Vol. 46:55-68.
- Cronin, J.J., & Taylor, S.A. 1994. Serfperf Versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perception-Minus Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*. Vol. 58: 125 -131.
- Ferdinand, A. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Edisi 2. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali. 2004. Model Persamaan Struktural. Konsep dan Aplikasi Program Amos Ver. 5.0. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hidajahningtyas, N. 2004. Pengaruh Citra, Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap loyalitas pasien di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Dr. Soebandi Jember.
- Hoeffler, S., & Keller, K.L. 2003. The Marketing Advantages of Strong Brands, *Brand Management*. Vol. 10, No. 6.
- Holm, M.G. 2000. Service Quality and Product Quality in Housing Refurbishment. *The International Journal of Quality and Reliability Management*. Vol. 17: 527- 542.
- Kotler, P. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurlitasari, L., & Syah, T.Y.R. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas (Kasus: Rumah Sakit Medika Permata Hijau Jakarta Barat). *Jurnal Program Studi Magister Management*. Universitas Esa Unggul Jakarta.
- Parasuraman, V., Zeithaml A., & Berry, L.L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research. *Journal of Marketing Research*. Vol. 49:41-50.
- Parasuraman, V., Zeithaml A. & Berry, L.L. 1988. A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception on Future Research. *Journal of Marketing*. Vol. 49 (1).
- Parasuraman, V., Zeithaml A., & Berry, L.L. 1998. Seiquel a Multy Item Scale for Marketing Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol. 64:12-40.
- Rejeki, S.S. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Citra Rumah Sakit Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rsud. Mayjen H.A Thalib Kabupaten Kerinci), Tesis (Tidak dipublikasikan), Program Pascasarjana, Uni-

versitas Bung Hatta, Jakarta.

- Schultz, D.E. 2005. The Loyalty Paradox. *Marketing Management*. Vol.14(5): 10-11.
- Selnes, F. 1993. An Examination of The Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction, Satisfaction and Loyalty. *European Journal of Marketing*. Vol. 27 (9):19-35.
- Taylor, T.B. 1998. Better Loyalty Measurement Leads to Business Solutions. *Marketing News*. Vol. 32(22): 41.
- Tuhu. 2006. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Travel Agents di Yogyakarta. Tesis. M.M. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Wahyuni, S. 2008. Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Yamaha Motor Kencana Indonesia Semarang. *Jurnal Pengembangan Humaniora* Vol.8 (2).
- Yulisetiarni, D. 2014. The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Restaurant Business in East Java. *International Journal of Business and Management Invention*. Vol. 3 Issue 5. ISSN (Online): 2319-8028. ISSN (Print): 2319-801X. www.ijbmi.org. Vol 3 Issue 5 May. 2014. PP.01-10.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., & Berry, L.L. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*. Vol 60.(2).
- Zeithaml, V.A., and Bitner, M.J. 1996. *Services Marketing*. 1 Edition. New York: McGraw Hill.